

Luta anticapitalista através do Cinema Ambiental? Um estudo comparativo entre estratégias de distribuição e exibição do FICA Garopaba e da Netflix¹

LOPES, Ivan Gabriel²

BRAGAGLIA, Ana Paula³

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

RESUMO

Mediante análise comparativa entre a edição de 2024 do FICA Garopaba – Festival Internacional de Cinema Ambiental e a plataforma de *streaming* Netflix, estuda-se como um festival periférico de cinema e uma plataforma hegemônica de audiovisual abordam a exibição e distribuição de obras filmicas categorizada por elas como cinema ambiental, em diálogo com as lógicas do capital (Cândido; Bragaglia, 2023). Para tanto, realizou-se um estudo de caso no FICA 2024 e em catálogo de filmes da Netflix articulando-o com teorias sobre “afeto” (Deleuze; Guattari, 1996) e com reflexões sobre lógicas do capital (Bragaglia et al, 2023), visando apreender formas de articulação ou desarticulação de lutas anticapitalistas via cinema ambiental.

PALAVRAS-CHAVE: cinema ambiental; cinema periférico; ideologias do capital; anticapitalismo; economia política.

Introdução

Este artigo discute diferenças de posicionamento dos cinemas periférico e hegemônico, analisando como cada um desses meios de propagação cultural se manifesta especificamente sobre a relação entre o sistema capitalista hegemônico dos tempos atuais e a destruição ambiental, uma vez que tal sistema é fortemente baseado na crescente exploração de recursos naturais do planeta para suprir desejos individuais de consumo (e de lucro) que se legitimam frente à propagação dos valores individualistas neoliberais (Bragaglia et al, 2023). Demonstra tal cenário, a fala de Burrowes (2023) de que: “Todas as esferas da sociedade capitalística estão contaminadas por uma cosmovisão – ou cosmopercepção – que entende a natureza como recurso, e a vida como competição generalizada – da agricultura à educação, da medicina à arte, da ciência à tecnologia”. O conceito de “afeto” em seu sentido de

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Audiovisual e Mídias Sonoras, da Intercom Júnior – XXI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação do Curso de Cinema da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, E-mail: ivanlopes2000@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Cinema da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, e-mail: ana.paula.bragaglia@ufsc.br.

afetação e intensidade (Burrowes, 2023) serve à pesquisa como forma de desvelar os diferentes métodos de captação da atenção do público, assim como a forma com que a questão ambiental é apresentada aos espectadores.

Assim como na edição anterior de tais estudos, o presente artigo não objetiva determinar como o cinema ambiental “deveria ser”. Busca-se, sim, entender os caminhos pelos quais ele é exposto, a sua potencialidade (ou desarticulação) política como luta anticapitalista, e a relação entre o meio de propagação do cinema (festivais e plataforma de *streaming* do cinema dominante) e as possibilidades (ou dificuldades) de convocação do espectador para participar de tal luta. Neste processo, como premissa teórica, parte-se do pressuposto de que os afetos agem fortemente nesta mediação, tida por Grusin (2015, p. 129) como “o processo, ação ou evento que gera ou promove as condições para a emergência de sujeitos e objetos, *a individuação de entidades no mundo*”, dos “afetos” nessas circunstâncias. Como metodologia empírica, utilizou-se o Estudo de Caso (Gil, 2002) para a análise do FICA 2024, e a Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), para a discussão do catálogo da *Netflix* analisado.

FICA Garopaba 2024: estudo de caso em um festival de cinema ambiental

Entre 5 e 9 de novembro de 2024, ocorreu a terceira edição do FICA - Festival Internacional de Cinema Ambiental de Garopaba (SC), dirigido por Cristovam Muniz, “biólogo e mestre em Zoologia pela UFRJ, produtor cultural e coordenador de curadoria de festivais de cinema” (Cândido, Bragaglia apud RSC Portal, 2023). Durante seus 5 dias de duração, em Garopaba (principalmente), Imbituba, Laguna e Florianópolis, foram exibidos 32 filmes (curtas, longas e animações) do Brasil (em imensa maioria), Colômbia, Bolívia, Chile, Peru, Honduras, Palestina, Espanha, Reino Unido, Bélgica e Alemanha, sucedidos de debates com especialistas em temas abordados nas obras, entre eles militantes, historiadores e cineastas. (FICA, 2024)

Foram 51 sessões de exibição distribuídas em 5 mostras intituladas “Pindorama”; “Vozes Veladas”; “Anticolonial - Franz Fanon 99”; “Contemporânea” e “Infantil” (FICA, 2024). Para Cristovam, o festival representa “um grande serviço ao cinema catarinense, que produz muitos filmes de qualidade para além do eixo Rio-SP” (Conversas Culturais, 2024). A seguir, os filmes exibidos: “A Queda do Céu”;

“Amazônia, a Nova Minamata”; “Festa de Pajés”; “Sekhdese”; “A Flor do Buriti”; “Quando eu te aviso”; “O Chamado do Cacique: herança, terra e futuro”; “A luta da erva”; “Legado Indígena: erva-mate e chimarrão”; Eglê; “Mulheres Araucárias”; “Última Primavera”; “Pequeno Saara”; “22 de abril”; “Forrageadores (Al-yad al-khadra)”; “Tierra de Recuerdos”; “Não haverá mais história sem nós”; “Paradiso, XXXI, 108”; “La ilusión de la abundancia”; “Filhos do Pântano”; “Sobreviver: o povo indígena Nasa da Colômbia em meio à violência”; “Escutem os Polos: Antártida”; “Justa Causa: motoboys kamikazes”; “Don Benjamin”; “Rejeito”; “O Tubarão-Martelo e os habitantes do fundo do mar”; “Maréu”.

Segundo Cristovam, a ideia do festival surgiu para tratar de assuntos ligados a vida das populações humanas e o meio ambiente nas regiões costeiras, tendo como escolha a cidade de Garopaba por motivos determinados: um local conhecido por seus diversos projetos ambientais, contando com instituições de ensino público como o IFSC, e detentora de dois Quilombos, tópico importante ao se considerar a forte presença de filmes indígenas no festival, e a sua relevância para o pensamento ambiental como um todo. O projeto, que começou menor, com trabalho voluntário e investimentos pessoais, teve na sua edição de 2024 um grande diferencial por ter sido ganhador do Prêmio Catarinense de Cinema, edição especial Paulo Gustavo, possibilitando uma nova estrutura, uma equipe de aproximadamente 25 pessoas, a realização de mais sessões, entre outros benefícios. (Conversas Culturais, 2024)

O processo de curadoria dos filmes, coordenado por Cristovam, contando com diversos outros curadores, é considerado por ele o “coração do festival”. Tais curadores, assim como os filmes aprovados para a exibição, são escolhidos com o intuito de promover a diversidade de vozes no evento, em um processo participativo em que cada dupla de curadores traz um filme para as reuniões. Cristovam destaca que a diversidade tem o poder de trazer olhares diferentes sobre assuntos que tratem de suas realidades e vivências, de modo que: “Acima de tudo, a curadoria é principalmente política. O festival é comprometido com ideias, então a diversidade na curadoria aumenta esse cuidado.” (CONVERSAS CULTURAIS, 2024) A curadoria para a 3ª edição do FICA teve início em janeiro de 2024, quando foram abertas as inscrições nas plataformas

internacionais, o que culminou, após dois meses, no recebimento de mais de 500 filmes de diversos países. (Conversas Culturais, 2024).

Assim como na edição anterior, os filmes escolhidos extrapolaram a temática ambiental, tratando de temas como trabalho, guerra, negritude, temáticas LGBTQIA+, entre outros, visando não apenas atrair um público mais diverso ao festival, mas também para afrontar o que é tido como grande vilão da causa ambiental: o capitalismo e suas formas de dominação. A sessão de Florianópolis, por exemplo, abordou o genocídio na faixa de Gaza, com a exibição de dois filmes palestinos e a presença de Jones Manoel e Rafiq Salam. (FICA, 2024) As sessões de Laguna, Imbituba e Florianópolis ocorreram simultaneamente às de Garopaba, e foi firmada uma parceria entre o festival e a plataforma “Bombozila”, tida por Cristovam como o “melhor serviço de streaming do Brasil” por ter filmes de interesse social e ambiental, dialogando com a curadoria do evento e contendo 10 filmes do FICA 2024, que tiveram acesso liberado na plataforma durante os dias do festival. (Conversas Culturais, 2024)

As ações educacionais do festival, como as oficinas ofertadas, ocorreram em quilombos de Garopaba, teatros (Imbituba); escolas e universidades públicas (Garopaba, Laguna), praças públicas (Garopaba), bares engajados na causa ambiental e de luta anticapitalista (Florianópolis), visando ampla acessibilidade. Intérpretes de linguagem de sinais acompanharam momentos diversos, tendo-se em vista mesmo as pessoas ouvintes e não só as não ouvintes, e o acontecimento de uma festa de encerramento do evento. Todas as ações foram realizadas de forma gratuita, apesar de que, mesmo com o valor recebido do Prêmio Catarinense de Cinema, fosse possível cobrar ingressos. (Conversas Culturais, 2024)

O evento teve como principal meio de divulgação as suas redes sociais e o site www.FICAGAROPABA.com.br. Na página do Instagram [@FICA.Garopaba](https://www.instagram.com/FICA.Garopaba), além das postagens informativas sobre a programação do festival, foram também publicados “Stories” durante todos os dias do evento, realizando uma contínua cobertura das atividades. Sites de notícias, programas de televisão, páginas de redes sociais e grupos politicamente articulados com ideias vinculados ao do festival também ajudaram com a divulgação, principalmente no período próximo das datas de acontecimento do evento.

Em entrevistas junto ao público da sessão de Florianópolis (06/11) visando um estudo de recepção do FICA 2024, grande parte dos participantes entrevistados relataram ter tomado conhecimento do evento através da divulgação da presença do historiador e militante Jones Manoel, ou então por serem membros do PCBR, partido que participou da organização da sessão no bar Bugio Centro, em Florianópolis, ressaltando o forte vínculo político do festival com a causa anticapitalista. Porém, quando questionados sobre sugestão de melhorias para o evento, a grande maioria afirmou que a divulgação poderia ser ainda melhor, havendo quem desconhecesse a existência da página no Instagram. Apesar disso, os entrevistados, majoritariamente participando pela primeira vez do evento, mostraram-se muito interessados nos temas abordados, ressaltando a importância dos debates, da diversidade de temas, e de um evento contra-hegemônico como este na região costeira de Santa Catarina.

FICA como potência política anticapitalista através dos afetos: diálogos com a distribuição do “cinema ambiental” pela Netflix

Neste capítulo, serão utilizadas principalmente teorias sobre “afeto” para compreender potencialidades e limitações do FICA 2024 e da Netflix (enquanto difusora de obras vistas por ela como cinema ambiental) como ferramentas de luta anticapitalista. Burrowes (2023) discute como o modo de vida das sociedades capitalistas de consumo conduz o planeta a um desastre coletivo. Isso ocorre a despeito de qualquer alerta ou saber, por conta dos afetos articulados pelo capitalismo, via, por exemplo, “publicidade expandida”. Tais afetos, como embasam Deleuze e Guattari (1996) a partir de Spinoza (1677) e Simondon (Read, 2016), não são apenas um sentimento de “afetividade”, mas, sim, de “afetação”, isto é, “intensidades” que agem sobre mente e corpo dos humanos.

Ao contrário do imaginário ocidental de cisão entre mente e corpo, Spinoza utilizava-se do termo *Conatus* para referir-se à concatenação de ideias e aos movimentos do corpo, ou seja, a uma interligação entre o físico e o mental. Sob tal perspectiva, as decisões humanas são influenciadas por seus “apetites”, os afetos, subconscientemente escapando à racionalidade do agir. Burrowes (2023) afirma que “conscientizar no sentido racional do termo não se mostra suficiente, porque a própria sociedade de consumo não nos interpela e captura pela consciência”, valendo-se da

“publicidade comercial, arauto do desenvolvimento econômico”, que “age pela afetação que produz, quer queiramos ou não.”

Inserida na lógica empresarial de mercado, a Netflix apresenta bens culturais como produtos a serem vendidos. A articulação dos “afetos” no contexto desse serviço de *streaming* ocorre das mais variadas maneiras: o catálogo dividido em categorias ditadas aos usuários através de seu algoritmo, a identidade visual, a publicidade, as produções originais, etc. Regis (2022) afirma que “afetos e comportamentos podem ser intensificados pelo modo de operar dos algoritmos e *softwares* de inteligência artificial que amplificam, por meio de feedback, crenças arraigadas, preconceitos, comportamentos e afetos”, o que acaba “minando processos democráticos de debate público de ideias e cristalizando opiniões radicais” (Regis, 2022).

Para cada país em que o serviço está disponível, os catálogos da Netflix sofrem alterações convenientes para o consumo. Nesta pesquisa, buscando mapear obras da plataforma voltadas ao cinema ambiental, utilizou-se em sua barra de busca os termos “Natureza” e “Meio Ambiente”. Entre os resultados obtidos, muitos são incoerentes ao termo. Termos de pesquisa idênticos, porém utilizados em outros momentos ou por usuários diferentes, trouxeram resultados distintos, influenciados pelos gostos dos usuários, tendências de consumo globais e ofertas de conteúdos convenientes para a empresa (produções autorais, etc.), dados estes captados por algoritmos.

Mais especificamente, como resultados da pesquisa com os termos “Meio Ambiente” e “Natureza”, surgiram aproximadamente 300 títulos, um padrão de resultados para busca de qualquer termo. Entre esses, obras não relacionadas ao tema somam cerca de 213 títulos. Na plataforma, filmes e séries estão categorizados de forma simples, como a produção “Cowspiracy”, classificada pela Netflix como gênero “Documentário” e “Documentário político”. Os diversos títulos listados foram distribuídos pela(o) autora e autor deste artigo nas seguintes categorias: 1) Documentários sobre natureza e planeta Terra (36 obras); 2) Documentários críticos - crise climática/indústria da carne (12 obras); 3) Cinema Indígena (2 obras); 4) Animações/Infantis relacionados ao meio ambiente (25 obras); 5) Ficções ambientais (7 obras); 6) Documentários de crítica ao consumismo (4 obras). Nota-se que a maioria dos títulos que surgiram com buscas pelos termos “Natureza” e “Meio Ambiente”

retrata de forma documental belezas e curiosidades do planeta e suas formas de vida ou tem como fundo a natureza ou animais como personagens (é o caso de diversas obras infantis). Filmes de autores que abordam temas críticos ao capitalismo e ao imperialismo norte-americano, como Bong Joon Ho (Sperandio, 2020) e Hayao Miyazaki (Andersen, 2025), também são listadas.

Apesar de conter documentários críticos, estes são mais cuidadosos ao abordarem o termo “capitalismo” como um vilão da causa ambiental, substituindo o termo por palavras como “consumismo”. Isso remete ao “modo de operação ideológica” que Thompson chama de “*reificação*”, isto é, estratégias do uso da linguagem que “apagam os atores e a ação e tendem a representar processos como coisas ou acontecimentos que ocorrem na ausência de um sujeito que produza essas coisas” (Thompson, p. 88). Além disso, a própria empresa não costuma se posicionar como “anticapitalista”, pois não deixa de ser uma marca altamente beneficiada pelo sistema capitalista, dividindo o monopólio de consumo audiovisual em *streaming* com outras grandes multinacionais (Marx, 2021). Um dos títulos apresentados chega a conter no título a expressão “salvando o capitalismo”, o que reforça certa abordagem da Netflix sobre o tema: uma postura neoliberal em que o foco está muito mais em perpetuar uma ideia de “consumo sustentável” do que uma crítica ao próprio sistema que causa a necessidade de “sustentar” a vida no planeta, enxergando o meio ambiente como algo desvinculado da existência humana. A este processo, Ailton Krenak (2019, p. 8) dá o nome de “mito da sustentabilidade, inventado pelas corporações para justificar o assalto que fazem à nossa ideia de natureza”.

A empresa já foi bastante pressionada por sua contribuição na emissão de gases poluentes, tendo, em resposta, se comprometido a atingir a “neutralidade de carbono” (Jessen, 2024), porém, novamente em uma postura neoliberal de buscar contornar o problema sem desafiar a estrutura econômica de mercado (Rivas, 2023). De fato, muitas ações da Netflix são criticadas por se manifestarem como marketing verde, ou seja, a venda de uma imagem de sustentabilidade sem qualquer mudança estrutural, passando uma ideia de consciência político-ambiental para gerar apelo mercadológico. Ademais, tal comprometimento com a neutralidade do carbono culminou no armazenamento de carbono em solo africano, causando a emigração de determinados povos de suas terras

(Rivas, 2023). Assim, a plataforma não se mostra interessada em combater o sistema que devasta o planeta, mas em estimular o consumo de suas obras que tratam do tema.

Deleuze e Guattari (1996) afirmam que toda política é ao mesmo tempo macro e micropolítica, atuando nas intensidades, a nível molecular, como acréscimo ou decréscimo de potência. Com o imaginário da “sustentabilidade” e estratégias de marketing verde, o veneno do consumo capitalístico é vendido como a cura de seus próprios efeitos, utilizando-se dos afetos como decréscimo de potência da articulação política necessária para uma abordagem séria e racional sobre o desastre ecológico. Essa desmobilização age na conformidade dos indivíduos com o sistema em que estão inseridos. Burrowes (2023) argumenta que “a constante repetição desse modo de vida capitalístico é que nos conforma, para os seus próprios fins de crescimento e lucro”. Para a autora, desafio é encontrar um afeto tão poderoso que possa contrapor o uso do capitalismo sobre as intensidades. (Burrowes, 2023)

Ao contrário da Netflix, o FICA Garopaba 2024 se posicionou e apresentou-se abertamente com um discurso assumidamente anticapitalista, e, com base nisso, foi desenhado com temas e personagens que pudessem contrapor idealismos disseminados pelo sistema. Para o êxito das propostas do FICA, os afetos foram organizados como potência de luta política, desde a escolha dos curadores, o processo de curadoria e dos critérios dos filmes escolhidos, dos locais escolhidos para os eventos, da acessibilidade, dos debates promovidos, das oficinas, das parcerias firmadas, dos convidados, da estrutura e divulgação do evento, entre diversos outros âmbitos.

Tais experiências de consumo cultural foram ofertadas não visando lucratividade, mas, sim, a potencialidade de uma causa, uma vez que os filmes, junto a debates e oficinas, não buscaram apenas entreter, mas, sim, conscientizar e mobilizar. O afeto da ludicidade estava, sim, presente no evento, como nas atividades e oficinas ofertadas para as crianças, na festa de encerramento em um espaço musical e gastronômico da região (espaço Kumaras), na própria socialização a que um festival se propõe. Contudo, este apelo afetivo lúdico funcionava para conectar os espectadores à profundidade da causa debatida, em vez de dissipar a atenção nos temas críticos propostos. Este cenário dialoga com a reflexão de Regis (2022) de que a aprendizagem pode ser mediada pelos afetos, pelo lúdico.

Considerações finais

Diante do objetivo ora proposto de averiguar o dinamismo (ou desprovimento) da luta anticapitalista em um espaço de Festival e de plataforma hegemônica de *streaming*, observa-se como esses diferentes *locus* lidam com a questão ambiental em consonância com seu posicionamento político ou interesses mercadológicos. O conceito de afeto, de Deleuze e Guattari (1996), sob influência de Spinoza (1677), permite ponderar sobre a maneira pela qual o FICA Garopaba e a Netflix se engajam ou atenuam lutas anticapitalistas no cinema ambiental.

Constata-se que o FICA Garopaba 2024 traduz a possibilidade de engajamento político de um cinema ambiental que se posiciona contra os malefícios decorrentes do sistema capitalista e o estilo de vida baseado no consumismo desenfreado de recursos naturais, sendo emancipador em sua resistência que “se dá a insistir numa ideia de arte, de vida que vá para além do que nos é apresentado como o normal, o tradicional” (Cândido; Bragaglia, 2023). Os afetos, então, não surgem como vínculos de sustentação sistemática econômica ou atravessados de interesse econômico, como ocorre na Netflix. Em um festival periférico ao imperativo capitalista, trazendo uma visão crítica a seus mais variados dispositivos, situam-se na intensa socialização direta entre espectadores, nos debates que aprofundam as temáticas apresentadas nos filmes, nas trocas plurais que ocorrem na diversa equipe de curadoria, na escolha engajada de locais políticos de exibição (quilombos, escolas e universidades públicas, praças públicas e estabelecimentos comerciais conhecidos pelo engajamento com a causa anticapitalista), entre outros mecanismos que denotam intensidade, afetação em torno de um propósito comum.

Por outro lado, a empresa de *streaming* Netflix aparenta capturar os possíveis afetos de seus espectadores de conteúdo ambiental para alimentar seus interesses lucrativos em vez de orientá-los rumo a uma crítica estrutural contra a indústria capitalista, a qual mais tem o poder de perpetuar as lógicas de destruição ambiental. Faz isso orientando tais afetos especificamente para, por exemplo, o consumo de filmes acrílicos sobre belezas e curiosidades naturais e conteúdos que responsabilizam o indivíduo e não as indústrias ao enaltecerem discursos sobre consumo sustentável e marketing verde. Não à toa, na busca de “filmes inspiradores sobre natureza e meio

ambiente”, apenas duas obras relacionadas ao cinema indígena apareceram, assim como outras poucas ostentando uma crítica explícita ao sistema capitalista atual. Associando tal processo com a análise de Thompson (2011, p. 59) sobre uma “concepção latente da ideologia”, essa desarticulação política exemplifica como “relações sociais podem ser sustentadas, e as mudanças sociais impedidas, pela prevalência ou difusão de construções simbólicas”.

Espera-se que este trabalho contribua de alguma forma com o incentivo a políticas públicas e a prática de festivais engajados no cinema ambiental, uma vez que esta forma de distribuição e exibição expressa ser propícia para a efetividade da luta e resistência aos agravamentos do capitalismo para o meio ambiente.

Referências

ACONTECENDO AQUI. Conversas Culturais recebe Cristovam Muniz Thiago. 5 nov. 2024. Disponível em: <https://acontecendoaqui.com.br/colunas/conversas-culturais-recebe-cristovam-muniz-thiago/>. Acesso em: 10 abr. 2025

ANDERSEN, A. Studio Ghibli no ChatGPT. **Revista Fórum**, 31 mar. 2025. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/cultura/>. Acesso em: 22 mai. 2025

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edicoes 70, 2011.

BRAGAGLIA, A. P.; MAGALHÃES, F.; DIAS, J.; CÂNDIDO, L. Ideologias do capital como formas de persuasão indireta no cinema ambiental hegemônico. In: BRAGAGLIA, A. P.; BURROWES, P.(orgs.) **A dissimulação na sociedade de consumo**. RJ: RioBooks, 2023.

BURROWES, P. Precisamos falar sobre afetos e sobre a dissociação que nos condena a insistir em nossos erros. **ClimaCom**, 2023. Disponível em: <https://www.climacom.org.br/artigos/precisamos-falar-sobre-afetos-e-sobre-dissociacao-que-nos-condena-insistir-em-nossos-erros-patricia-cecilia-burrowes>. Acesso em: 21 mai. 2025.

CÂNDIDO, L.; BRAGAGLIA, A. P. FICA Garopaba 2023: Potencialidades e Limitações do Cinema Ambiental Periférico como Resistência e Luta Anticapitalistas. **Anais do 47º Congresso Intercom**. 27-29 ago. 2024. SP: Intercom, 2024. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/nacional/17/06282024164426667f129a294cc.pdf>.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil Platôs: Capitalismo e esquizofrenia**, v.3. RJ: 34, 1996.

FICA GAROPABA. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CszT1G_JK4H/. Acesso em: 10 abr. 2025

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2002.

JESSEN, Jasmin. A Netflix está conseguindo tornar o streaming mais ecológico? **Sustainability Magazine**. 9 jul. 2024. Disponível em: <https://sustainabilitymag.com/articles/is-netflix-succeeding-in-making-streaming-greener> . Acesso em: 19 jun. 2025.

KRENAK, A. **Ideias para adiar o fim do mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

MARX, P. Grandes empresas de tecnologia estão matando o cinema. **Jacobin Brasil**, 20 set. 2021. Disponível em: <https://jacobin.com.br/2021/09/grandes-empresas-de-tecnologia-estao-matando-o-cinema/>. Acesso em: 22 mai. 2025

NETFLIX. Sustentabilidade. **Netflix**, [s.d.]. Disponível em: https://about.netflix.com/pt_br/sustainability. Acesso em: 24 abr. 2025

NETFLIX. Net Zero+Nature. **Netflix**, 2021. Disponível em: https://about.netflix.com/pt_pt/news/net-zero-nature-our-climate-commitment. Acesso em: 24 abr. 2025

READ, J. The affective economy: producing and consuming affects. In: MEIBORG, Ceciel; van TUINEN, Sjoerd. **Deleuze and the passions**. Earth, Milky Way: punctum books, 2016.

REGIS, F. A virada afetiva na comunicação e na aprendizagem: mediação radical, lúdico e cognição atuada. **Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF**, 2022.

RIVAS, P. Carbono de sangue: o “greenwashing” da Netflix. **Esquerda.net**, 24 set. 2023. Disponível em: <https://www.esquerda.net/artigo/carbono-de-sangue-o-greenwashing-da-netflix-e-meta-expulsa-um-povo-das-suas-terras/87770>. Acesso em: 24 abr. 2025

SPERANDIO, L. O Oscar deu seu maior prêmio a um filme anticapitalista? **Gazeta do Povo**, 10 fev. 2020. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/ideias/o-oscar-deu-seu-maior-premio-a-um-filme-anticapitalista/>. Acesso em 06 jul. 2025.

SPINOZA, B. de. **Ética**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 2011.